

**PENGARUH EKUITAS MEREK PRODUK SIMPATI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PULSA
(Survey Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi
dan Informatika Institut Manajemen Telkom)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Bisnis
Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika**

**Disusun oleh:
Dwi Catur Sapta Lindyarti
108400194**



**SEKOLAH MANAJEMEN TELEKOMUNIKASI DAN MEDIA
INSTITUT MANAJEMEN TELKOM
BANDUNG
2012**